

## **Подготовка антикризисных команд для ПР**

Сегодня существует достаточно серьезная проблема, связанная с разработкой, с одной стороны, теоретических подходов к прогнозированию и анализу кризисов в информационной сфере, а с другой – созданием методик подготовки специалистов (и групп), обладающими навыками антикризисного управления для связей с общественностью.

Одним из способов решения данной проблемы является использование различного рода имитационных игр, позволяющих на основе реальных данных нарабатывать навыки действовать в условиях кризиса. Вот одна из возможных схем данных игр.

В игре участвуют две команды: одна представляет интересы своей фирмы, другая - конкурента. Иногда включается "непредсказуемый игрок", который представляет интересы государственного регулирования. В ходе игры предлагаются различные деловые стратегии и планы, испытываются модели поведения в нестандартных условиях.

Деловые игры преследуют несколько целей:

- наработка руководством компании (и сотрудников информационных служб) практики принятия лучших решений;
- выяснение характера дополнительной информации, необходимой для будущих решений;
- выяснение возможных действий конкурентов и подготовка адекватного ответа;
- улучшение взаимодействия команды;
- выяснение сильных и слабых сторон как своей компании, так и конкурентов.

Один из главных вопросов, которые задают участникам игры, - какую информацию необходимо собрать и проанализировать, чтобы ответить на поставленные вопросы или выяснить сомнительные места.

При этом в ходе тренингов, которые проходят на основе реальных данных, связанных с оценкой состояния целевых групп (и прогноза их реагирования на те

или иные внешние факторы), со знанием системы циркуляции информации относительно конкретного публичного субъекта и т.д. В свою очередь это позволяет не просто выявлять потребности в различного рода информации относительно прогнозов и оценки тех или иных кризисных ситуаций, но и вырабатывать внутренние сценарии, на основе которых будет строиться работа различных подразделений организации при возникновении подобных кризисов.

Исходя из анализа структуры информационной политики организации определяются целевые группы и потенциальные кризисы, которые будут затрагивать интересы предприятия на уровне каждой из этих групп и возможные конкурентные. После этого определяются цели игры (рассмотрение одного или нескольких кризисов), управленческие действия, подлежащие проверке, и возможные действия конкурентов, которые нужно изучить. При этом широко используются реальные данные о состоянии целевых групп, каналов информации, экспертного знания о конкурентах.

Организатор деловой игры объясняет цель и правила игры.

Действуя друг против друга, команды могут нападать и обороняться. В игре может участвовать более двух команд. Возможно проведение ряда сеансов по несколько дней. Время от времени проводится промежуточный анализ, который позволяет зафиксировать наработанные алгоритмы действий в кризисах. Одна из главных целей - помочь понять, какой важной информации не хватает для успешного противодействия акциям оппонентов, а также отработать систему координации во время кризисов.

Когда все сеансы игры завершены, участники делают обзор того, что они узнали, решают, какую информацию они должны собирать и анализировать, затем начинают разрабатывать планы будущих действий: сбор дополнительной информации, выработка тактики, способной адекватно реагировать на возможные события, предложения по блокировке действий оппонентов.

Итогом тренинга становится подготовка сценариев, в которых фиксируется алгоритм действий различных подразделений и отдельных сотрудников в период возникновения кризисных ситуаций.